



# 网络群体传播特点分析

## ——以“家乐福事件”为例

王丽丽

(厦门大学新闻传播学院 福建 厦门 361005)

**摘要:** 群体传播一直是传播理论的一个重要组成部分。网络群体具有独特的特征及传播机制,其特殊的传播特性也给当今社会带来了一些危害。本文主要以“家乐福事件”为例,围绕网络群体的相关问题进行深入探讨,并提出了相应的应对措施。

**关键词:** 家乐福 网络群体 传播 集合行为

家乐福于1995年进入中国后,受到广大消费者的青睐和肯定。然而,2008年4月,这家零售业巨头面临进入中国13年来最大的信任危机。4月7日,北京奥运火炬在巴黎传递受阻,巴黎市政厅打出“支持西藏独立”的横幅。法国主流媒体的“火炬在巴黎惨败”、“给中国一记耳光”等报道火上浇油,刺激了中国民众的情绪。2008年3月刚成为家乐福最大股东的法国路易威登·莫特轩尼诗(LVMH)集团曾资助达赖的消息传出后,家乐福成为众矢之的。

本文将关注参与此次“家乐福事件”的网友看作一个网络群体,试图从这些网友身上发现当前网络群体传播的一些相关问题。

### 一、“家乐福事件”的信息传播

关于抵制法货的信息最早出现在天涯社区上。4月10日,网友“水婴”将题为“抵制法国货,从家乐福开始”的帖子发布在“猫扑”社区网站上,众多网友纷纷响应。随后几天,“抵制家乐福”、“5月1日,让全国的家乐福冷场”的口号与相关资料通过网站、聊天工具、短信被迅速广泛转载和热烈讨论。自4月13日起,北京、青岛、福州、武汉、西安、大连等地相继出现抵制家乐福的行动,甚至出现不少群众围攻家乐福卖场的行为。家乐福(中国)官方网站两度被黑,百度、谷歌、雅虎一致屏蔽“家乐福”,各地游行示威不断。直到4月20日,“家乐福澄清资助达赖”的新闻在央视《新闻联播》播出后,抵制活动才渐渐平息。

运用拉斯维尔的传播过程5W模式,在“家乐福事件”中可以发现事件的传播者多为匿名网友,传播的主要内容多是家乐福支持西藏独立、藏独分子与法国有人破坏奥运火炬传递,传播的渠道是网络的各大社区、MSN、QQ等,传播对象则是一群思想活跃、流连于各大网络社区的年轻群体。此次事件引起极大的社会波动,各大社会的相关帖子被不断地回复、粘贴、复制、转发,MSN、QQ里到处闪烁着改为红色中国心的头像,众多人的个性签名也都改为与家乐福相关的说明。

### 二、网络群体特征

日本社会学家岩原勉认为,群体是指“具有特定的共同目标和共同归属感、存在着互动关系复数个人的集合体”。<sup>①</sup>群体具有两个本质的特征:(1)目标取向共有性——有着共同的利益、关心、兴趣等;(2)具有以“我们”意识为代表的主

体共性。<sup>②</sup>在一个群体内部,其成员可以产生归属感、认同感并受到群体的支持和群体力量的制约。

网络群体是指通过论坛、社区以及博客临时组成的、松散的、事先未通谋的群体,他们往往是针对当下社会热点或自己兴趣爱好所组成的一群网络人。网络群体具有以下特征:

#### 1. 群体成员的匿名性

开放的网络平台使得任何人都可以发表看法,每个人都有着属于自己的ID,却不足以使其他人知道自己的真实身份。真实身份的丧失与隐匿使他们处于没有社会与道德约束力的匿名状态,也失去社会责任感与自我控制的能力,表现在网络中就是发帖者肆无忌惮地发表自己的言论和对他人的言论予以极力的反驳。任何意见基本上均可随时公开,那些过激的、甚至带有人身攻击色彩的言论也很少受到众人指责,即使受到指责也不能造成对现实生活的直接影响。这种状态易产生法不责众的罪责扩散心理,在这种心理作用下,一个人往往会干出他在独处情境中不敢做的危害社会与他人的事情。

#### 2. 成员的年轻化

与现实中的众多群体不同,网络群体成员多是能够轻松驾驭网络的年轻一族。他们特立独行、对事物有着自己的看法、具有强烈的爱国心也有着独特的爱国方式、对待权威不会盲目认同,却更容易相信所属群体中意见领袖的意见。网络为他们提供了一个畅所欲言的平台,他们得以将自己的观点展现出来试图获得他人的认同,同时对待不同意见加以强烈的排斥与批判。

#### 3. 虚实互动性

现实人与网中人分别生存于两个世界,作为网络中的一员,虽然在网络中发言不受约束与束缚看似是超然的个体,但其实网中个人是现实个人在网络中的折射,网中群体的许多言论、行为、状态都直接受现实群体的影响,同时网中群体对现实群体也有很明显的反作用。

在这种现实与网络的互动中,网络群体的言论在某种程度上也展现了现实的意见,可以将某种意见无形中加以扩大,并最终由网络意见转变为现实意见与行为。在此次“家乐福事件”中,网络间疯狂传播的信息影响到人们的日常交往,甚至出现了朋友见面首谈家乐福的情况,而人际传播又会进一步影响到网络信息的传播,甚至最终不少大城市均出现了围攻家乐福的事件。这些事件照片在网络中疯狂流传,无形中又坚定了网络中的每一个个体的信念与决心。在网络与现实的互动中,形成崭新的网络群体。

#### 4. 群体压力

群体压力指群体中的多数意见对成员中的个人意见或少数意见所产生的压力。在面对群体压力的情况下,个人和

少数意见一般会对多数意见采取服从态度。<sup>③</sup>在部分论坛中也有不少理性的人呼吁大家正确理性对待该事件,却被众人纷纷“拍砖”,被骂为“汉奸”、“卖国贼”。

2003年进行的一项相关调查结果显示,人们发现自己站在多数意见的对立面时近40%的受访者表示会对原有观点加以修正,更有7.17%的人表示会大幅度地修改甚至放弃原有观点。可见,在网络中虽然因信息传播的匿名性而减轻了群体压力,但在网络群体压力下,有些人要么修正自己的态度,要么选择随大流,要么在“沉默的螺旋”的作用下选择沉默。

刘易斯曾指出,在群体行为中很可能有一部分人并非怀着与行为者同样的意图前往,他们可能只是作为看客而跟随人群前往的人很容易被当作群体事件的积极参与者对待。家乐福事件中,转发信息者被看做对事件的忠实支持者,而信息的接收者或者仅看帖不回的也被看做对该事件持默许态度。在这种强烈的情绪感染下造成了群体意见行为的一致性,也淹没了那些不一样的声音。在网络中谁要是发出相反的意见,哪怕是略微的不同意见,就会马上被众人起而“诛”之。

#### 5、意见领袖

“意见领袖”概念最早由拉扎斯菲尔德提出,是指活跃在人际传播网络中,经常为他人提供信息、观点或者建议并对他人施加个人影响的人物。<sup>④</sup>

在网络群体中,尽管大家可以隐藏自己的真实社会背景,但是一些网民却凭借自身素质(如文字功底好、见解深刻等)极易成为网络中的“意见领袖”。他们往往能凭借自身的帖子来影响众多网民的意见,并促成网络舆论的最终形成。“家乐福事件”中的“意见领袖”便是通过发帖、发表日志等方式来发表意见并获得网民积极响应的“水婴”们。他们善于从表象信息中剖析比较深层的价值内涵和意义,并能对问题予以深刻的解析,形成自己的观点并加以表达,最终在网络上达到一呼百应的效果。由于绝大多数网民属于“沉默的大多数”,只是被动地接受信息,“意见领袖”的观点会成为意见“轴心”,而其他网民则依附于这一“轴心”,接纳“意见领袖”的观点或以意见“轴心”为准绳不断修正自己的意见。

#### 三、网络群体信息传播机制

##### 1、议题的产生与发展

从“家乐福事件”中可以看到,此次议题的产生与奥运年的大背景以及传统媒体在藏独与火炬在巴黎受阻事件上传传统媒体给予报道有着莫大的关系,其议程设置的功能无形中使众多网友将目光转向“藏独事件与法国”。

伴随着网络讨论的不断深入,议题从最初事实层面上的探讨上升到价值层面,表现出强烈的泛民族主义或泛政治化的倾向。抵制家乐福事件的跟帖,议题从最开始事实层面的奥运火炬传递受阻、抵制法国发展到抵制家乐福,最后上升到价值层面的民族主义情绪。各种情绪化的言论最后都采用了一个宽泛而充足的理由——爱国,用这一抽象的议题取代原帖的具体问题,所有非理性非道德的行为都可用“爱国”两个字掩盖其责任。正如弗洛伊德在分析集体心理时所言:“在一个集体中,一个人由于受到集体的影响而在他的心理活动方面发生了往往是非常巨大的变化。他的情感倾向会变得特别强烈,而他的智力能力则显著地下降……”<sup>⑤</sup>在该事件中,所有的人都最终将“抵制家乐福”与爱国无形画上等等号,以至于最终没有人去探寻抵制家乐福的最根本的原因,大家都在模仿中加入一场以爱国为名义的抵制家乐福的盛宴之中。

##### 2、在群体暗示与群体感染下信息传播迅速

近年来,不少国人心中暗藏多年的“中国崛起与复兴”思想逐渐萌发,赋予北京奥运会非凡的意义——中国人崛起的标志,向世界人民展现中国国力的绝好机会。而奥运火炬的

巴黎受阻无疑给国人的胸口猛烈一拳,加之遭遇列强侵略的悲惨历史,这一切都使该事件最大化地伤害了中国人的民族自尊心,激发了他们前所未有的爱国热情。

在网络传播过程中,任何事件的阐述与评论都存在情绪性甚至成为部分网友情绪发泄的平台。他们善于用形象来思维,让事实本身变得面目全非。从抵制法国到抵制法国的大企业——家乐福、LV、各种法国化妆品乃至一切有关法国的东西,所有的联想都顺理成章。这一联想的过程也是经过暗示的,网络群体最初只是反对法国,但抵制法货的帖子暗示网友不用法国的产品,包括拒绝家乐福。“群体中的某个人对真相的第一次歪曲,是传染性暗示过程的起点。”家乐福是否与“藏独”有染许多人不得而知,但网友的《抵制法国货,从家乐福开始》一帖,彻底让议题的中心由中法关系转向了中国人民与家乐福的关系,此后该议题不断延伸,终成抵制运动。在暗示与感染机制作用之下群体成员相互模仿,并为自己成为其中一员而感到自豪。网络群体犹如处在集合状态的群体,每一个个体失去了独立思考的能力极易成为人云亦云者,很快形成群体意见。

##### 3、持续地立体传播

网络群体已经冲破单纯利用网络进行信息传播的局限,将传统与新兴的各种媒体充分调动起来,形成立体式传播,将传播效果最大化。

在“家乐福事件”中,网民们利用QQ群、MSN和BBS论坛社区等网络空间积极回帖转帖,让“抵制家乐福”的呼声迅速传达到网络的各个角落,让更多的人接触到这一信息。同时将各种信息再通过手机短信的形式采用滚雪球的方式,如“将该信息转发20个朋友,你就是最爱国的中国人”等。同时传统媒体与网络媒体的整合互动报道,使得“家乐福事件”在长达半个多月的时间内成为社会热点,并促使越来越多的人参与到网络讨论。在这些媒体的共同作用下,抵制家乐福的消息迅速传达到每一个网友手中。

##### 4、夹杂的理性少数派声音

在一片抵制家乐福的舆论洪流中,除了一大批狂热的爱国者还可以看到部分理智的反对的声音。不少公众人物作为个体以理性的姿态呼吁人们保持理智,不要盲目地抵制家乐福。

不少经济学家认为,在经济全球化时代抵制某国的商品是很不明智的,在以暴制暴的抵制中最终只能伤及自身的利益、抵制自己分享全球化的盛宴。而且,抵制行为还将掩盖我国市场经济的包容性、影响我国的大国形象。此外,知名媒体人白岩松、何亮亮、闾丘露薇也表示家乐福里的职工大多是中国人,卖的也基本上是中国货,抵制法国货是拿别人的错误来惩罚自己。知名摄影记者贺延光也发表了题为《我不赞成抵制家乐福》的文章。在北京奥运火炬巴黎传递中遭到骚扰的残疾运动员火炬手金晶也表示不支持抵制家乐福等法国企业和商品,认为“可以用其他方式表达态度”。

然而,这些不同的声音刚一发出就被部分网友称之为“汉奸”、“卖国贼”、“叛徒”。这些理性的声音虽然很快湮没在群体的声讨中,但也促使一部分人冷静下来思考问题,在一定程度上缓解了群体情绪的进一步激化。

##### 5、议题不断被强化,最终转化为实际行动

“抵制家乐福”的议题在几天内被无限地强化,虽然在传播的过程中也会产生一些反对的声音,但当支持的声音占绝对优势时,反对的声音最终变成了“沉默的螺旋”。而那些冷静的思考者和反对抵制行为的人,也在众骂声中成为“卖国贼”。议题在传播过程中被不断强化与认同,最后在大家意见空前一致的情况下将网络上的意见转化成实际行动——





积极抵制家乐福。

#### 四、网络群体传播存在的问题及应对

网络群体的特征与特殊传播的传播机制必然使其在传播过程中存在着众多的问题,主要体现在以下方面:

1、群体极化现象 当网络群体成员就某一话题进行反复讨论时,由于沉默螺旋等传播机制的存在往往最后形成了更加极端的观点。如果一开始组内的成员意见比较保守的话,经过群体讨论决策就会更加保守;相反,如果个人意见趋向于冒险的话,群体讨论后得到的决策就会更加冒险。在家乐福事件中,开始的议题仅仅是和平抵制——即在某一天大家集体不去家乐福,可伴随着事件的讨论与发展,最终演变成了部分群众以暴力的方式冲击家乐福甚至反对抵制家乐福的群众被带上“汉奸”“卖国贼”的帽子乃至成为人身攻击的对象。

2、集合行为现象 集合行为指的是在某种条件的刺激下发生的非常态社会集合现象。<sup>⑨</sup>处于集合状态下的人们常常在群体暗示与感染性作用下做出一些不理性的危害社会与他人的行为。这种情况在突发事件或重大事件发生时尤为明显。在家乐福事件中,参与的网络个体隐匿了真实身份后,其责任感也随之降低,而“无身份”群体更让网民感到了势不可挡的群体力量。当群体中抛出了具有吸引力的、引导性的言论如“抵制家乐福”,便有人跟帖表示赞同,随着上帖、跟帖人数的增加,群体之间不断强化心理暗示,受到感染的人群不再有自己的思考和判断,“家乐福”的形象随之被妖魔化。

3、网络暴力现象 网络暴力指在网络中以视觉与文字语言对他人进行恶毒攻击的行为,多由个人发起,继而群起而攻之并引发疯狂偏激的事件。较典型的有“川航张敏佳事件”、“陈易卖身救母事件”、“踩猫事件”、“铜须门事件”等。众多的网友在匿名状态下频繁使用人肉搜索,将相关人员的信息公之于众,对当事人的生活造成很大的困扰。在“家乐福事件”中,我们依然可以清晰地看到网络暴力的存在。

作为一种特殊的群体,网络群体无论在网络中还是现实的社会生活中都发挥着重要作用,但无可否认,由于各种原因,这个群体存在很大的弊端。对此,建议有关部门采取以下措施:

#### 1、制定与完善涉及互联网言论自由的相关法律法规

网络是“草根”阶层们实现自身话语权的一个重要的场所,然而网络的过分自由已在某种程度上造成了更大的不自由。由于相关法律、法规的缺失,使得网络成为不少个人情绪的发泄口。加强法律法规方面的管理并不会损害网络的言论自由空间,因为自由从来就是相对的,一个人在行使自由时必须以不侵犯他人的同等自由为前提。

#### 2、实行网络实名制

网络的匿名性致使不少人失去社会责任感和自我控制能力,在一种“不用为行为承担任何责任”的心态下做出种种宣泄原始本能冲动的行为。韩国早已推行网络实名制且效果显著,我国推行该项政策依然任重而道远。

#### 3、加强网民素养

当前众多的网络事件多是由一个无法确认真伪和来源的网络话题引发网民大规模的争论,此后争论逐步升级,最后引发一场关于正义、道德、伦理的网络讨伐,并借助网络压力与现实压力对当事人的现实生活、名誉和隐私造成了不良的影响,而网络中的个体则扮演了一个帮凶的角色。只有网友自身的素质有大幅度的提升,对于社区中的任何言论增强免疫力,运用理性的思维去思考问题,而非人云亦云地在意见领袖们的带领下发表不理性的言论,也不会动辄发动人肉搜索,侵犯他人的隐私权。

相关部门应针对网络群体的心理特征,通过立体的“议程设置”加以引导,包括加强权威信息的及时发布、传统媒体参与网上舆论引导、发挥“意见领袖”的作用等,努力营造文明、和谐的网上舆论环境。

#### 五、结语

网络群体所具有的与普通群体截然不同的特点与信息传播机制也引发了不同的社会问题,正如一位网民所评论的那样:“这就是网络时代的独特景象:就群体而言,我们变得更加强大,能够发挥难以估量的影响,但就个体而言,每个人又显得更加脆弱,更容易受到侵犯。”但是,只要我们正确地引导网络群体力量,利用网络传播的独有特点制定完善的法律、法规,做好舆论引导,网络群体将成为社会发展的一支重要力量。

#### 注 释:

- ①[日本]见田宗介等:《社会学事典》, [M]. 东京:弘文堂, 1988, 第439页
- ②③⑦郭庆光:《传播学教程》, [M]. 北京:中国人民大学出版社, 1999年11月, 第90页、第94页、第95页
- ④王邈、蒋一斌:《网络群体极化及其心战功能》, [J].《西安政治学院学报》, 2006年8月, 第19卷第4期, 第63页
- ⑤郭庆光:《传播学教程》, [M]. 北京:中国人民大学出版社, 1999年11月, 第209页
- ⑥B.瑞文、J.儒本著, 刘永和译:《社群心理学》, [M]. 福州:福建教育出版社, 1993年, 第366页

#### 参考文献:

- 1、李特约翰著, 史安斌译:《人类传播理论》, [M]. 北京:清华大学出版社, 2004年9月
- 2、饶瑶:《“家乐福事件”中网络舆论的形成机制》, [J].《商业文化》, 2008年7月
- 3、宦晓渝、李朗:《从“抵制家乐福”事件看网络时代的大学生媒介素养教育》, [J].《中华文化论坛》, 2008年8月
- 4、李本灿:《浅论群体性治安事件——由家乐福事件想到的》, [J].《法制与社会》, 2008年10月(中)
- 5、薛孔文:《透视三类传播群体的互动关系》, [J].出版发行研究, 2008年9月
- 6、路幸福:《由非典引发的非集合行为的思考》, [J].《黄山学院学报》, 2003年11月
- 7、杨帆:《论网络传播中的群体心理——以“铜须门事件”为案例》, [D].四川大学硕士论文, 2007年3月
- 8、周杨:《网络暴民群体研究》, [D].苏州大学硕士论文, 2008年3月
- 9、彭小川、毛晓丹:《BBS群体特征的社会网络分析》, [J].《青年研究》, 2004年4月
- 10、郑永廷、咎玉林:《论网络群体与人的发展》, [J].《思想理论教育导刊》, 2005年12月
- 11、徐乃龙:《群体性事件中网络媒体的负面影响及其对策》, [J].《江苏警官学院学报》, 2003年11月
- 12、揭萍、熊美保:《网络群体性事件及其防范》, [J].《江西社会科学》, 2007年9月
- 13、毕宏富:《网络舆情形成与变动中的群体影响分析》, [J].《天津大学学报》(社会科学版), 2007年5月
- 14、陈力丹、吴薇:《网络语境下的情感与理智——以网上抵制“家乐福”事件为例》, [J].《专题研究观察论述》, 2008年6月
- 15、彭健:《透视公共危机下的集合行为》, [J].《传承》, 2007年5月